

## Unidad de aprendizaje

# Innovación de las Organizaciones Turísticas

Programa educativo: **Licenciatura en Turismo**

Lugar donde se imparte: **Facultad de Turismo y Gastronomía**

Responsable de la elaboración:

**M. en A. Mónica del Valle Pérez**

Fecha de elaboración: **Septiembre 2018**

# Unidad 1. Innovación y creatividad

## Contenido:

**1.1 Fundamentos de la innovación y la creatividad.**

**1.2 Tipos de innovación.**

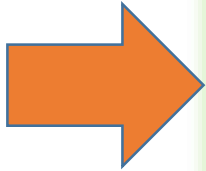
**1.3 Proceso de innovación.**

**1.4 El trabajo creativo.**

**1.5 Niveles de aplicación de la innovación y la creatividad.**

# 1.1. Fundamentos de la Innovación y Creatividad

**Innovación**



La **OCDE (2015)** define el concepto de innovación como la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo, aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.



**Innovación**



**Schumpeter, J. en Rodriguez, H. (2007)** la define como la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad.

# 1.1 Fundamentos de la Innovación

**En la actualidad la innovación es una necesidad que hace ser la supervivencia de la empresa**



**Posibilidad de Competir**



**Busca impactar al público siendo la preferencia de consumidores**



**Vincular la innovación con la economía.**



**Conseguir la aceptación social**



**Impulsar el aprendizaje multidireccional.**



**Generan participación, compromiso y motivación.**

# Creatividad

Valdés, L. (2015) define a la **creatividad** como la capacidad de crear, de **producir cosas nuevas y valiosas**, es la capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original. Debe ser intencionada y **apuntar a un objetivo**.

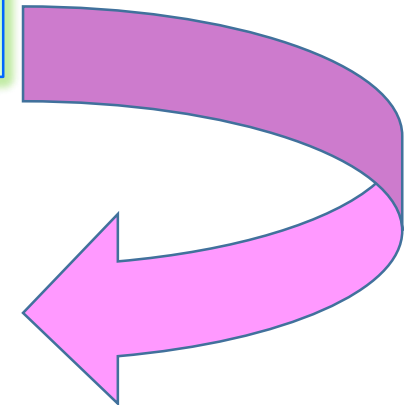




# 1.1 Fundamentos de la Creatividad

- **Sensibilidad a los problemas:** capacidad para descubrir diferencias, dificultades, fallos o imperfecciones, dándose cuenta de lo que debe hacerse para crear algo nuevo.

Miguelé, M. (2011)



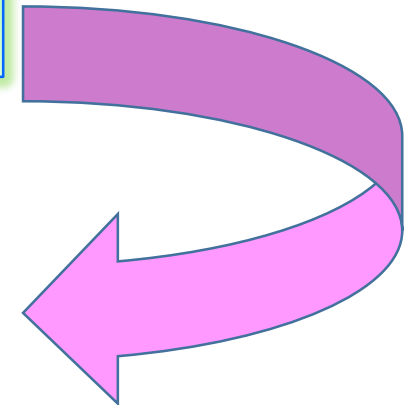
## 1.1 Fundamentos de la Creatividad

- **Fluidez:** es la característica de la creatividad o la facilidad para generar un número elevado de ideas que permitan hacerse llegar de las mejores. Migulez, M. (2011)



## 1.1 Fundamentos de la Creatividad

- **Flexibilidad:** transformación, o un cambio en la creación de algo nuevo. Puede ser de dos tipos: espontánea, y adaptación. Miguelez, M. (2011)







## 1.2 Tipos de Innovación

### a) Innovación en producto/servicio:

- Cuando se introduce en el mercado nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios, incorporando alteraciones significativas en las especificaciones técnicas, los componentes, los materiales o en otras características funcionales incluyendo la incorporación de software. OCDE (2015)



## 1.2 Tipos de Innovación

### b) Innovación en procesos

- Se refiere a la implementación de nuevos (o significativamente mejorados) procesos de fabricación, logística o distribución. Apunta a modificar la forma en que se hacen las cosas en la empresa. Por ejemplo: la redefinición de los procesos productivos puede aportar al incremento del valor del producto final en virtud de un menor costo de producción, un menor tiempo de respuesta o mayor calidad.

(OCDE, 2015)



## 1.2 Tipos de Innovación

### C) Innovación Organizacional



Se da cuando se desarrollan nuevos métodos organizacionales en el negocio, aplicados a la gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, administración, etc.), en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el exterior. También se consideran las nuevas formas de hacer llegar los servicios a los clientes: incorporación de sistemas de comercio electrónico, sistemas de gestión on-line, banca electrónica, etc. (OCDE, 2015)



## 1.2 Tipos de Innovación

### d) Innovación Marketing

Cuando se implementan nuevos métodos de marketing, incluyendo mejoras significativas en el diseño de un producto o embalaje, precio, distribución y promoción.

- Se dan casos en los que se agrupan las definiciones de innovación organizacional y de marketing bajo la denominación general de innovación en la gestión.

(OCDE, 2015)



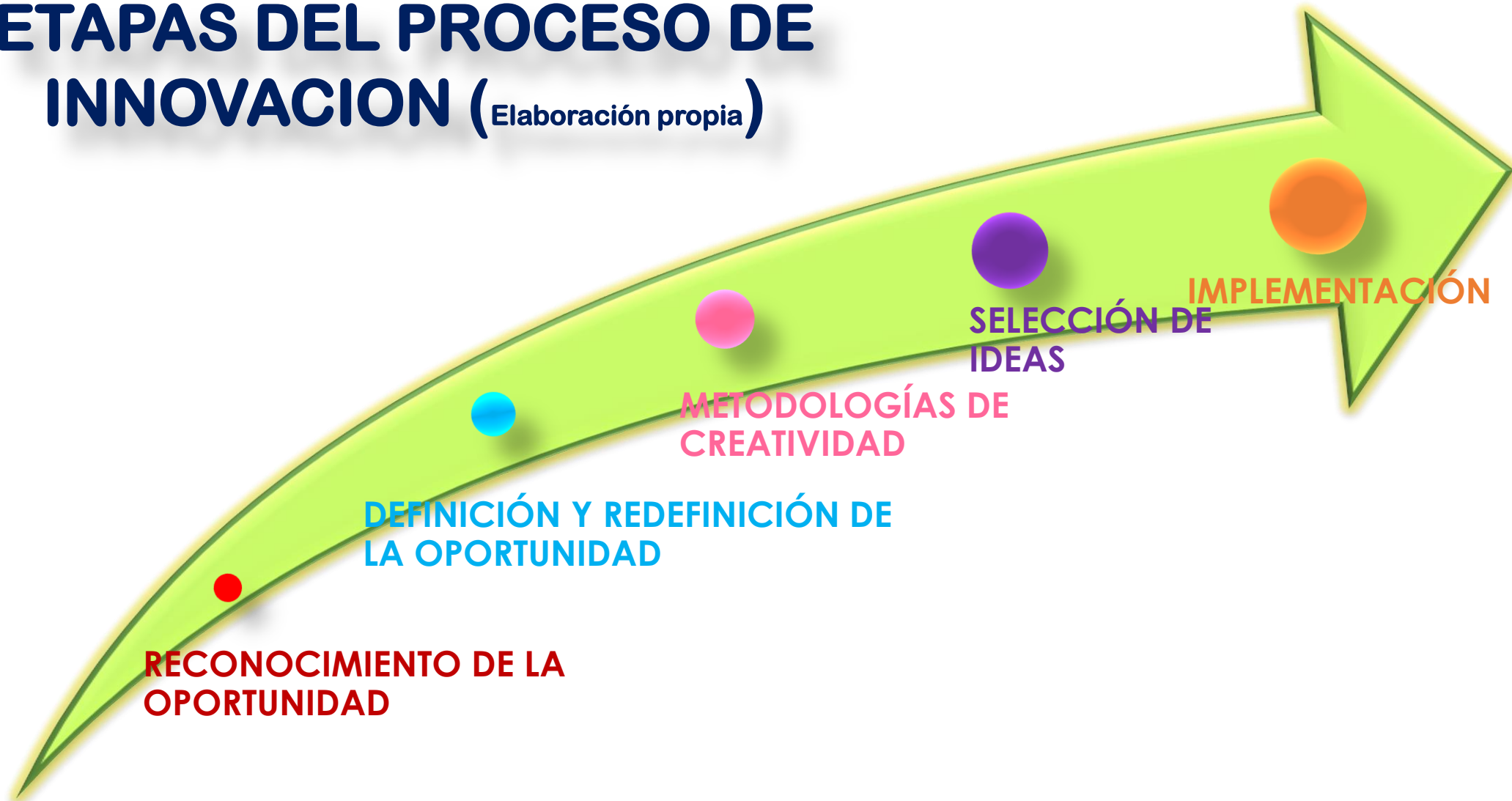


## 1.3 Proceso de Innovación

Se refiere a la parte de la identificación de las necesidades latentes, debemos clarificar en qué tenemos que innovar, un nuevo producto o servicio, o un nuevo modelo organizativo en la empresa, o un cambio tecnológico en el proceso productivo, etc. Esa necesidad puede venir dada, entre otros, por la exigencia de los clientes, por nuestros competidores, una nueva estrategia comercial.



# ETAPAS DEL PROCESO DE INNOVACION (Elaboración propia)



## Reconocimiento de la oportunidad



El primer paso para la innovación es identificar oportunidades y generar ideas. Para ello se pueden utilizar técnicas de análisis de procesos, productos y servicios, así como técnicas de creatividad que ayudan a pensar más allá de lo evidente.

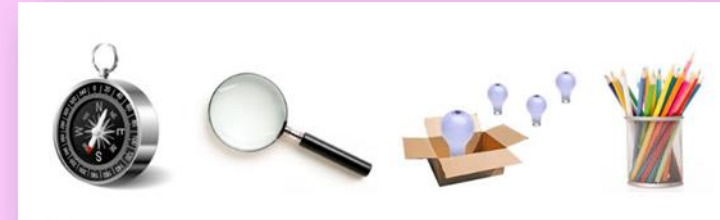
## Definición y redefinición de problemas

- Se define y evalúa el problema u oportunidad identificada



## Metodologías de creatividad

- Es lo que se reconoce como pensamiento divergente, es decir, el momento en que se generan múltiples ideas para dar solución o atender el problema u oportunidad planteado.





## Selección y filtro de ideas

- Luego de tener múltiples ideas, se evalúan y seleccionan las ideas, reduciéndolas, acorde con criterios que defines previamente (viabilidad, articulación con la empresa, tiempo, etc.).



## Implementación

- Es el momento en que se implementa la idea para saber si es bien recibida por el mercado.





## 1.4 El Trabajo Creativo

Se le llama tarea creativa, a toda actividad humana generadora de algo nuevo.



El trabajo creativo, pasa por un proceso previo: “La imaginación”, este es un proceso cerebral.



# Cómo se desarrolla el Trabajo Creativo?





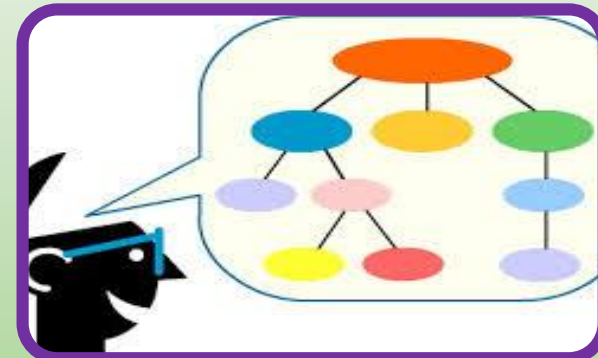
### **Brainstoming**

Cada miembro del grupo de trabajo debe portar un numero de ideas posibles sin importar lo alocadas o absurdas que sean.



### **Técnica 4X4**

Cada persona genera cuatro ideas y después se comparten para generar una sola.



### **Mapas mentales**

Herramienta de explotación de problemas e incluso de ordenación de ideas relacionadas con un asunto en concreto

 **POSSIBLE**

### *Imposible – Posible*

*Dos columnas. Se trata de ir colocando en cada una de ellas lo posible y lo imposible. Tras ir desgranando uno y otro lado comprobaremos en todos los casos cómo lo posible no lo era tanto y viceversa*



### *¿Y si...?*

Pongámosle imaginación. Hasta a lo más descabellado de primeras, a veces no lo es tanto tras un proceso, y trabajo.



## 1.5 Niveles de Aplicación de la Innovación según Altshuller (2014)

**1**

Mejora la técnica en el sistema. Requiere conocimiento del sistema.

**2**

Invención que incluye la resolución de una contradicción técnica. Requiere conocimiento de las diferentes áreas de la industria relevantes del sistema.

**3**

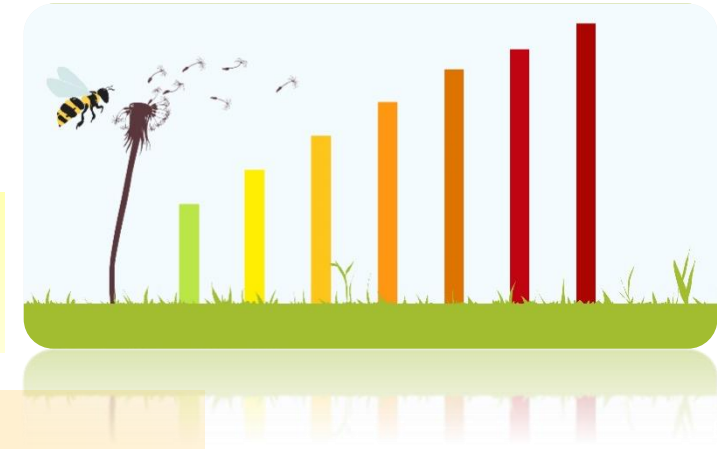
Invención que contiene la resolución a una contradicción física. Requiere conocimiento de otras industrias.

**4**

Nueva tecnología aplicada que contiene resolución de contradicciones que se aproxima al resultado ideal final. Esta nueva tecnología incluye una solución innovadora que requiere conocimiento de los distintos campos de la ciencia.

**5**

Descubrimiento de un nuevo fenómeno o sustancia. Este nuevo conocimiento produce el desarrollo de nuevas tecnologías con la utilización del nuevo fenómeno, resolviendo las contradicciones técnicas existentes con una mejor aproximación al resultado final.





# 1.5 Niveles de Aplicación de la Creatividad

NIVEL  
EXPRESIVO

Descubrimiento de nuevas formas de expresar sentimientos.

NIVEL  
PRODUCTIVO

Se incrementa la técnica de ejecución y existe mayor preocupación por el número, que por la forma y el contenido.

NIVEL  
INVENTIVO

Mayor dosis de invención y capacidad para descubrir nuevas realidades.

NIVEL  
CIENTÍFICO

Es el que define al talento o al genio; en este nivel no se producen modificaciones de principios antiguos sino que supone la creación de principios nuevos.



## NIVEL EXPRESIVO

Es la forma de representación y comunicación, que emplea un lenguaje el cual permite expresarse a través del dominio de materiales plásticos y de distintas técnicas que favorecen el proceso creador. creativa personalizada y auténtica. Rodríguez , M. (2016)



## NIVEL PRODUCTIVO

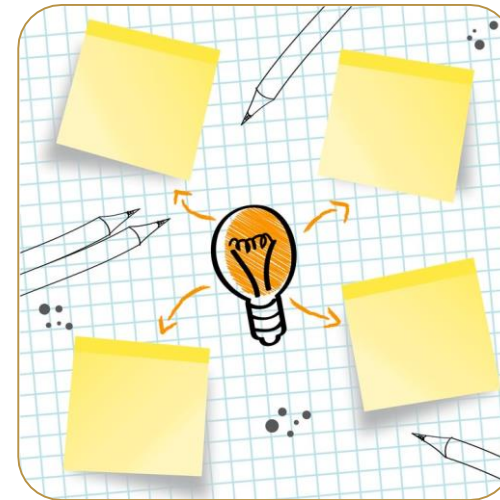
Se caracteriza por la acentuación del carácter técnico, su orientación hacia la productividad permite el incremento numérico del producto el afinamiento de detalles que lo hacen más apto y **atractivo** Rodríguez , M. (2016)



## NIVEL INVENTIVO

**Es la aplicación talentosa de las ideas, las teorías y los recursos, a la solución de problemas del quehacer ordinario. Emplear cosas nuevas para hacer así una dinámica distinta y ser originales en cuanto a nuevas aplicaciones de técnicas.**

Rodríguez, M. (2016)



## NIVEL CIENTÍFICO

En esta se aplica el ingenio y el talento en la investigación de nuevos conocimientos, aprovecha todas las partes de la fase científica y no solo se dedica a generar hipótesis. Siendo así la capacidad humana para innovar a través del conocimiento científico.

Rodríguez , M. (2016)





## Referencias Bibliográficas

- Altshuller (2014). **Herramientas de gestión de la innovación: Aplicación a empresas innovadoras.** Universidad de Sevilla.
- Lerma K. (2015). **Desarrollo de nuevos productos. Una visión integral.** (8ª ed.). México: Cengage.
- Schnarch K. (2012). **Desarrollo de nuevos productos y empresas.** (7ª ed). México: McGraw Hill.
- Ulrich K. (2016) **Diseño y desarrollo de productos. Enfoque multidisciplinario.** (7ª ed.). México: McGraw Hill.
- OCDE (2015) **Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.**
- Ordoñez, R. (2010). **Cambio, Creatividad e Innovación: Desafíos y Respuestas.** España: Garnica
- Rodríguez, H. (2007) **Innovación mas allá de los cálculos.** Universidad de Pamplona. 1ª Edición.
- Schnarch K. (2014). **Desarrollo de Nuevos Productos, Creatividad, Innovación y Marketing.** (6ª ed.). México: Mc.Graw Hill.
- Rodríguez , M. (2016) **Manual de creatividad: Los procesos psíquicos del desarrollo.** Quinta edición, Trillas: México.
- Esquivias, M. T. (2015) **“Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones”** en *Revista Digital*, Universidad Nacional Autónoma de México, 5 (1): 2-17
- Fernando García González. (2012). **Conceptos de innovación.** Consultado el 25 de agosto de 2018 desde: [http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](http://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf)
- Miguelez, M. (2011). **Concepto de Creatividad.** Recuperado el 28 de agosto de 2018 de <https://es.slideshare.net/RubenMiguelez/tema-1-concepto-de-creatividad-6533683>
- Universidad de Londres. (2015), **Desarrollo del pensamiento creativo.** Consultado el 25 de agosto de 2018 desde: [https://trabajosocialucen.files.wordpress.com/2012/05/desarrollo\\_pensamiento\\_creativo.pd](https://trabajosocialucen.files.wordpress.com/2012/05/desarrollo_pensamiento_creativo.pd)

## Guion explicativo

La presente unidad titulada **Innovación y Creatividad**” esta diseña por temas y subtemas de una manera clara y concreta, que permite al lector llevarlo de la mano, para que vaya siguiendo la continuidad de los temas. Siendo el **objetivo general**: Conocer la importancia de la innovación y la creatividad como elementos fundamentales de las organizaciones competitivas.

Por lo que se invita a revisarla y consultarla.

**Por su atención muchas gracias!**